

УДК 711.4.01

ФАКТОРЫ ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ КРЕАТИВНОСТЬ ГОРОДСКОГО ПРОСТРАНСТВА

Коровин А.В.,

научный руководитель канд. архитектуры Гайкова Л. В.

Сибирский федеральный университет

Анализируя развитие территорий большинства российских городов можно констатировать, что основными направлениями инвестирования сегодня стали жилая и коммерческая недвижимость. Результат - архитектурная и градостроительная бессистемность жилых территорий и вал офисных и торговых зданий в общественных зонах. Основная часть городских территорий обезличена и малокомфортна. Городская среда потеряла культурную уникальность функционального и визуального наполнения. Одной из важнейших причин такого положения является почти повсеместное исчезновение публичных пространств – мест свободной человеческой коммуникации, организованных на принципах индивидуальности и разнообразия. Между тем, публичное пространство, как считают современные исследователи (Д. Джекобс, У. Уайт, Р. Сеннет, К. Ньивенхёйс и др.) является важнейшей составляющей городской жизни. Публичные пространства в современном городе – это улицы, площади, набережные и т.п. И хотя их основной функцией в городе считается роль связки городского пространства в единое целое, не менее важны пространства «для пребывания», в которых наиболее полно реализуются социальные функции открытого публичного пространства [1]. Открытые городские пространства способные ответить на такие потребности, и дающие возможность творческого самовыражения, мировой опыт называет креативными.

Креативные пространства - это публично доступные места города, где люди могут свободно самовыражаться, обмениваться идеями, демонстрировать другим результаты своего творчества и контактировать с другими не в роли потребителя, а в роли создателя, разработчика, творца уникального продукта [2]. Внедрение “креативных пространств” в ткань города способно менять его облик, способствовать развитию средового разнообразия, давать шанс на творческое развитие и самореализацию людей, превращая ранее мало презентабельные районы в центры активности.

Современный мировой и отечественный опыт развития городов дает немало примеров креативных пространств, наиболее известными в России, можно назвать: Старый Арбат, Московский винзавод, Арт-центр Этажи, Новая Голландия в Санкт-Петербурге, и т.п. Рассматривая эти и другие примеры, возникает закономерный вопрос о причинах и факторах, при которых открытое пространство становится креативным. В результате анализа научных публикаций по социологии, теории города и архитектуре, а также и современных проектных разработок определен перечень факторов, прямо или опосредованно определяющих креативность городского пространства. В их числе историко-культурные, социальные, функциональные, природно-климатические и т.д.

Историко культурные факторы – это традиции и колорит местности. Наличие своих культурных традиций может обусловить их проявлению в общественных пространствах города. Местный промысел, сложившийся тип застройки или сложившиеся традиции могут послужить отправной точкой для креативной индустрии, позволят создавать уникальные продукты для демонстрации или потребления которых понадобится городское пространство.

Наличие единого городского духа сформированного историческими и культурными событиями, тоже является важным фактором. Сибиряки, коренные петербуржцы, московская интеллигенция и т.д. все эти названия являются следствием историко-культурных особенностей городов. Внутри таких сообществ с легкостью могут зарождаться общие интересы и цели, и как следствие происходит формирование креативной среды города.

Примерами историко-культурных факторов можно назвать встречи ветеранов в городских парках, праздники национальных диаспор в российских городах, желание сохранять культурное наследие предков, стремление горожан проявиться в новых формах искусства и т.д.

Социальные факторы – это демография, соотношение полов и возрастов в рамках отдельной территории. Организация публичного пространства не должна быть ориентирована на одну возрастную группу. Соблюдение определенного баланса обусловит преемственность поколений, а это уже культура, воспитание, сохранение традиций и обрядов и т.д. В тоже время возможно появление определенной специализации, но, скорее всего, за этим будут стоять интересы и умения определенной группы людей. Например, выставки авангардного искусства возле театрального здания, молодежные “тусовки” с игрой и пением под гитару, место встречи старых друзей на скамеечке для обмена новостями и т.д.

Возможность взаимодействия с другими людьми, создание условий и пространств для этого, является одним из подходов к организации креативной среды. Продуктом такого взаимодействия являются городские формальные и неформальные объединения, кружки, клубы по интересам. В этом вопросе свои действия должна продемонстрировать городская власть. Она должна способствовать развитию неформальных сообществ и объединений, поддерживать и воспитывать толерантное отношение населения к нестандартным формам проявления творческой натуры человека. Фактор толерантности относится к основополагающим при формировании креативной среды города.

Инфраструктура общественного обслуживания города и его частей – это функциональная насыщенность территорий. Наполненность учреждениями обслуживания и наличие центрального объекта, который может послужить основанием для создания креативной среды. Это может быть университет, музей, театр библиотека и т.д. Важно соотношение объектов, направленных на потребление и объектов стимулирующих самоорганизацию населения.

Примером может являться территория Культурно-исторического центра в г. Красноярске, где всегда происходит разнообразная творческая активность, на одной из лестниц, проходят музыкальные концерты, в другом месте находится площадка для паркура. Площадь вокруг центра всегда принимает на себя новые сценарии использования.

Обустройство городских территорий – фактор, обуславливающий комфортность пребывания людей в конкретном месте. Изначально для того чтобы среда стала креативной, у нее должны быть отличительные особенности по сравнению с другими общественными пространствами. Отличия должны быть как на градостроительном уровне, так и на более детальном, архитектурном. Отсутствие типовых элементов, материалов, серийности является важным аспектом. При моделировании городской среды должны закладываться условия для развертывания разнообразных сценариев использования публичных пространств.

Например, арт-комплекс «Бривери» в Лос-Анджелесе. Он располагается в старом комплексе пивоваренной фабрики, с множеством зданий и обширной внутренней территорией. Со временем художники смогли арендовать мастерские для работы, одновременно проживая в них. Планировка комплекса и его средовое наполнение, унаследованное от промышленной архитектуры, изначально не предназначенной для проживания, или расположения в нем творческих мастерских.

Природно-климатические факторы. Можно утверждать, что сегодня этот аспект влияет, опосредовано, т.к. принципы формирования архитектурных сооружений и благоустройства открытого городского пространства позволяют создать комфортные условия пребывания горожан. Необходимо добиваться всесезонного использования публичных пространств, что сделает их особенно привлекательными. Защита этих участков от осадков, сильного ветра и т.п. явлений может осуществляться ветрозащитными стенками, навесами, галерейными и павильонными сооружениями, выверенной компоновкой окружающей застройки и т.д.

Наличие природных элементов - водоемов, рек, зелени, ярко выраженного рельефа – усиливает привлекательность городского пространства любого типа. Кроме того, известно, что региональные климатические условия оказывают непосредственное влияние на формирование психотипа местного жителя, что проявляется в уникальности форм жизнедеятельности, а значит и разнообразии проявления личности и характера человека.

Результаты проделанного анализа позволяют сделать несколько выводов. Прежде всего, следует отметить, что в профессиональной среде, при рассмотрении общественных пространств, закрепилось понимание особых качеств некоторых из них, которые мы называем «креативными». Очевидно, что особыми их делают условия возникновения, существования и использования горожанами. Эти условия описываются рядом воздействующих факторов, которые проявляются в разных сочетаниях, величине и количестве. Они имеют разную природу, направленность и силу воздействия. Рассмотренные факторы образуют сложные системные сочетания, которые необходимо выявлять, изучать и использовать в проектной практике. Такой подход позволит осмысленно формировать среду с качествами креативности. Только в этом случае она будет готова принять любые сценарии городской жизни, разворачивающиеся вокруг.

Список литературы

1. Желнина А. Публичное пространство в социологии города// Портал “Социологические прогулки”. URL: <http://www.urban-club.ru/?p=89>
2. Пекар В., Пестерников Е. Креативный город //bgorod.in.ua/publikatsii/kreativnyi-gorod. - 15.08 2010
3. Джекобс Д. Смерть и жизнь больших американских городов / Пер. с англ. М.: Новое издательство, 2011. — 460 с. — (Библиотека свободы).
4. Jan Gehl. Cities for people/ Island press, 2010. – 288 p.